

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *CORPORATE IMAGE*  
TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* MELALUI  
*CUSTOMER SATISFACTION* PADA MASKAPAI  
PENERBANGAN GARUDA  
DI SURABAYA**



**OLEH:**

**DEWI ASIH MULIADJI  
3103012109**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2016**

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *CORPORATE IMAGE*  
TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* MELALUI  
*CUSTOMER SATISFACTION* PADA MASKAPAI  
PENERBANGAN GARUDA  
DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen

**OLEH:**

**DEWI ASIH MULIADJI  
3103012109**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2016**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

SKRIPSI

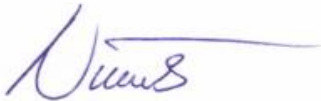
**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *CORPORATE IMAGE*  
TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* MELALUI  
*CUSTOMER SATISFACTION* PADA MASKAPAI  
PENERBANGAN GARUDA  
DI SURABAYA**

OLEH:

**DEWI ASIH MULIADJI  
3103012109**

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan  
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



**Dra. Ec. Ninuk Muljani, MM**  
**NIK. 311.95.0230**  
Tanggal: 25/5/2016

Pembimbing II,



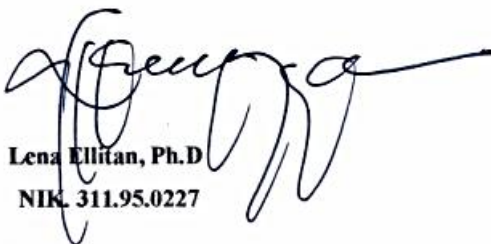
**Robertus Sigit H.L, SE., M.Sc.**  
**NIK. 311.11.0678**  
Tanggal: 01 Juni 2016

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: **Dewi Asih Muliadji** NRP: 3103012109.

Telah diuji pada tanggal 21 Juli 2016 dan dinyatakan **Lulus** oleh Tim Penguji.

**Ketua Tim Penguji,**



**Lena Ellitan, Ph.D**

**NIK. 311.95.0227**

Mengetahui:

**Dekan,**

**Ketua Jurusan,**



**Dr. Ludovicus Lasdi, SE., MM**

**NIK. 321.99.0370**



**Elisabeth Supriharyati, SE., M.Si.**

**NIK. 311.99.0369**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dewi Asih Muliadji

NRP : 3103012109

Judul Skripsi : Pengaruh *Service Quality* dan *Corporate Image* terhadap *Behavioral Intention* melalui *Customer Satisfaction* pada Maskapai Penerbangan Garuda di Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 30 Juli 2016

Yang Menyatakan,



(Dewi Asih Muliadji)

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis haturkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas karunia dan rahmat-Nya, karena penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh *Service Quality* dan *Corporate Image* terhadap *Behavioral Intention* melalui *Customer Satisfaction* pada Maskapai Penerbangan Garuda di Surabaya”. Untuk memenuhi persyaratan penyelesaian Program Pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tak langsung. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM selaku Dekan dan Bapak Yulius Koesworo, Drs.Ec., MM selaku Wakil Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dra. Ec. Ninuk Muljani, MM selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan juga selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan saran yang bermanfaat kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Bisnis jurusan Manajemen, khususnya Ibu Dr. Christina Esti Susanti, SE., MM., CPM(AP), Ibu

Dra. Ec. Maria Goretti Temengkol, MM, Ibu Maria Mia Kristanti, SE., MM, dan Bapak Hendro Susanto, SE., MM yang telah memberikan seluruh ilmu pemasaran yang diperlukan untuk menyelesaikan skripsi ini.

5. Orang tua yang telah memberikan dukungan, semangat, serta doa tak terhingga bagi penulis selama ini untuk tetap berjuang menyelesaikan studi ini dengan baik dan tepat waktu.
6. Seluruh teman-teman, khususnya mahasiswa Konsentrasi Pemasaran yang selalu mendukung dan mengingatkan penulis untuk terus menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tugas akhir ini masih memiliki kelemahan ataupun kekurangan, mengingat keterbatasan pikiran, waktu, tenaga, dan kemampuan lainnya yang ada pada diri penulis. Oleh sebab itu, penulis tidak menutup kemungkinan adanya saran dan kritik dari semua pihak, dengan harapan dapat menyempurnakan penyusunan skripsi ini menjadi lebih baik lagi kedepannya. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga tugas akhir ini bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukannya.

Surabaya, Juli 2016

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan</b>	
<b>PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB 1. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Manfaat Penelitian .....	5
1.5. Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN .....</b>	<b>8</b>
2.1. Penelitian Terdahulu .....	8
2.2. Landasan Teori .....	10
2.3. Hubungan Antar Variabel .....	16
2.4. Model Penelitian .....	20
2.5. Hipotesis .....	21



<b>BAB 3. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
3.1. Jenis Penelitian .....	22
3.2. Identifikasi Variabel .....	22
3.3. Definisi Operasional Variabel .....	22
3.4. Pengukuran Variabel .....	24
3.5. Data dan Sumber Data .....	24
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data .....	25
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel ..	25
3.8. Teknik Analisis Data .....	26
<b>BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>31</b>
4.1. Karakteristik Responden .....	31
4.2. Deskripsi Data .....	33
4.3. Analisis Data SEM.....	37
4.4. Pengujian Hipotesis Penelitian .....	44
4.5. Pembahasan .....	46
<b>BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>51</b>
5.1. Simpulan .....	51
5.2. Saran .....	52

## **DAFTAR KEPUSTAKAAN**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Saat Ini .....	9
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Usia .....	31
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	31
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Status Pekerjaan .....	32
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan .....	32
Tabel 4.5 Interval Rata-rata Skor .....	33
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i> .....	34
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Corporate Image</i> .....	35
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	35
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Behavioral Intention</i> .....	36
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas .....	37
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Service Quality</i> .....	38
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Corporate Image</i> .....	39
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i> ..	39
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Behavioral Intention</i> ..	40
Tabel 4.15 <i>Test of Univariate Normality</i> .....	41
Tabel 4.16 <i>Test of Multivariate Normality</i> .....	42
Tabel 4.17 Pengujian <i>Model Fit</i> .....	42
Tabel 4.18 Hasil <i>Direct</i> dan <i>Indirect Effect</i> Antar Variabel .....	44
Tabel 4.19 Hasil Uji Kecocokan Hipotesis .....	45

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian .....	20

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Identifikasi Responden
- Lampiran 3. Jawaban Responden Tentang Variabel
- Lampiran 4. Frequencies
- Lampiran 5. Z-score Uji Outlier
- Lampiran 6. Uji Normalitas
- Lampiran 7. Output Text
- Lampiran 8. Path Diagram

**Pengaruh *Service Quality* Dan *Corporate Image* Terhadap *Behavioral Intention* Melalui *Customer Satisfaction* Pada Maskapai Penerbangan Garuda Di Surabaya**

**ABSTRAK**

Seiring dengan perkembangan zaman dan perkembangan teknologi, sektor jasa merupakan sektor yang mengalami peningkatan dari tahun-tahun sebelumnya. Diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan dalam dunia usaha jasa yang semakin ketat adalah melalui penyampaian jasa yang berkualitas. Penelitian ini ingin mengetahui dan menjelaskan pengaruh *Service Quality* dan *Corporate Image* terhadap *Behavioral Intention* melalui *Customer Satisfaction* pada Maskapai Penerbangan Garuda di Surabaya. Teknik analisis data yang digunakan adalah SEM (*Structural Equation Modelling*) dan menggunakan program LISREL.

Penelitian ini mengambil 200 responden yang memenuhi kriteria berdomisili di Surabaya dan pernah menggunakan maskapai penerbangan Garuda dalam 6 bulan terakhir, namun hanya 196 responden yang digunakan. Kesimpulannya adalah terbukti adanya Pengaruh *Service Quality* dan *Corporate Image* positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* melalui *Customer Satisfaction* pada Maskapai Penerbangan Garuda di Surabaya.

**Kata kunci:** *Service Quality; Corporate Image; Customer Satisfaction; Behavioral Intention.*

***The Effect of Service Quality and Corporate Image to Behavioral Intention through Customer Satisfaction for Garuda Airlines in Surabaya***

**ABSTRACT**

*Along with the advancement of time and technological development, the service sector has experienced a notable improvement from year to year. It is believed that the key to dominating the competition in the business world's increasingly stringent service sector is through the delivery of quality services. This research is developed to discover and describe the effect of Service Quality and Corporate Image on Behavioral Intention through Customer Satisfaction for Garuda Airlines in Surabaya. The analytical data technique that is used during this research is SEM (Structural Equation Modeling) and this research uses LISREL program.*

*This study took 200 respondents who met both criteria of living in Surabaya and having used Garuda Airlines in the previous 6 months but only 196 responden were used in this study. The conclusion is that it is proven that Service Quality and Corporate Image positively affect and are significant to Behavioral Intention through Customer Satisfaction for Garuda Airlines in Surabaya.*

**Keywords:** *Service Quality; Corporate Image; Customer Satisfaction; Behavioral Intention.*